

新RECORD

2026
5・6
May/Jun.



vol.763

2025年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表
MUSIC AWARDS JAPAN2026 ノミネート作品・アーティスト発表！／
アワードウィーク期間中のイベントも続々決定
IFPI『Global Music Report 2026』発行
公正取引委員会へ再販制度弾力運用報告書を提出
令和8年度事業計画書
第130回RIAJセミナー「新入社員合同研修会・懇親会」開催

2026

5・6

May / June

Contents

- 1 Monthly News Digest
- 4 **特集**
2025年度
「音楽メディアユーザー実態調査」
公表
- 8 **特集**
MUSIC AWARDS JAPAN2026
ノミネート作品・
アーティスト発表！／
アワードウィーク期間中の
イベントも続々決定
- 9 **特報**
IFPI『Global Music Report
2026』発行
- 12 **特報**
公正取引委員会へ
再販制度弾力運用報告書を提出
- 13 **特報**
令和8年度事業計画書
- 15 **特報**
第130回RIAJセミナー
「新入社員合同研修会・懇親会」
開催
- 17 Certification



このエルマークは、レコード会社・映像製作会社が提供するコンテンツを示す一般社団法人日本レコード協会の登録商標です

3/11 Wednesday

VIPO アカデミー 「業界研究ベーシックコース」にて 佐藤専務理事が講義

3月11日、東京都中央区の映像産業振興機構（VIPO）において、VIPOアカデミー「業界研究ベーシックコース～第1部 業界分析（音楽）」で、当協会佐藤専務理事が「レコード産業の現状と課題」をテーマに講義を行った。

当日は、レコード産業の歴史や音楽ビジネスの仕組み、国内外のレコード市場規模とその特徴、産業構造の変容や課題など、レコード産業の概況について解説した。さらに、MUSIC AWARDS JAPANをはじめとする日本音楽の海外展開やレコード演奏・伝達権の法制化など、将来に向けた取り組みについても説明が行われた。

3/26 Thursday

発信者情報開示請求訴訟に おいて違法アップローダーの 氏名等の開示を命じる判決下る

3月26日、東京地方裁判所がインターネットサービスプロバイダ「ソフトバンク株式会社」に対し、ファイル共有ソフト「BitTorrent」を利用してインターネット上に大量の音楽ファイル（以下「音源」という）を継続して違法アップロードしていたIPアドレスの利用者の氏名、住所等（以下「発信者情報」という）を、音源の権利を有する当協会会員レコード会社に開示するよう命じる判決を下した。

会員レコード会社は、音源を「BitTorrent」を利用して許諾なくアップロードしている者に対し、著作隣接権（送信可能化権）侵害に係る損害賠償請求等を行うため、インターネットサ

ービスプロバイダ（以下「ISP」という）16社に対し、一昨年、プロバイダ責任制限法（現・情報流通プラットフォーム対処法）第5条1項に基づき、26のIPアドレスに係る発信者情報の開示を求めていたが、これに応じなかったISPに対して、会員レコード会社は発信者情報開示請求訴訟を提起していた。

なお、会員レコード会社は、ISPから開示された22の発信者情報に基づき、代理人弁護士を通じて、違法アップローダーとの間で「今後、著作権侵害を行わない旨の誓約」および「損害賠償金の支払い」に関する協議を進めており、これまでに13名と合意に至った。本件訴訟により情報が開示された違法アップローダーに対しても、速やかに損害賠償請求等を行う予定。

4/14 Tuesday

早稲田大学提携講座にて 楠本常務理事が講義

4月14日、東京都新宿区の早稲田大学早稲田キャンパスにおいて、「日本レコード協会提携講座 エンタテインメント法」の第1回講義が行われ、当協会の楠本常務理事が「レコード産業の構図と現状」をテーマに登壇した。講義では、日本のレコード産業の歴史や国内外における産業構造の概況に加え、将来に向けた取り組みとして、MUSIC AWARDS JAPANやレコード演奏・伝達権の法制化に向けた対応についても紹介があった。当日は約350名の学生が受講し、講義内容に関する質問も寄せられるなど、関心の高さがうかがわれた。本講座は全14回を予定しており、音楽に加え、放送、出版、ゲームなどクリエイティブ産業の第一線で活躍する講師が登壇し、最新のビジネス動向や法制度について講義が行われる。

4/22 Wednesday

IFPIアジア・太平洋地域 理事会開催

4月22日、IFPI（国際レコード産業連盟）アジア・太平洋地域理事会がインドのムンバイで開催された。

同理事会は、アジア・太平洋地域のIFPI各国支部代表および国際メジャー社代表の参加により開催されるもので、当日はビクトリア・オークリーIFPI CEO、ミラ・チャットIFPI アジア地域事務所代表をはじめ、約30名が参加した。当協会からは、村松会長およびIFPIアジア地域インディー代表の林副会長の代理として、楠本常務理事と著作権業務部の苅部統括部長が出席した。

会議冒頭、開催国のインドにおける著作権法制の動向や音楽サブスクリプションサービスの利用状況について有識者の報告が行われた後、IFPI事務局から2025年の全世界・アジア地域音楽売上の紹介がなされた。また、レコード産業が直面している課題として、生成AIに関する各国の法政策動向や、

ストリーミング再生数を不正に操作するストリーミング詐欺が取り上げられ、人間中心のクリエイティブを支えていくために実効性のある対応を早急に講じていく必要性が強調された。また、終盤では、生成AI対応・違法対策・広報展開のテーマごとに、少人数に分かれて意見交換を行うワークショップも開催され、活況を呈した。

4/23-24 Tuesday-Friday

IFPIアジア地域 集中管理団体会合開催

4月23日～24日の2日間、IFPI（国際レコード産業連盟）アジア地域集中管理団体会合がインドのムンバイで開催された。

同会合は、レコード製作者の権利管理を行うアジア地域の集中管理団体が一堂に会して権利管理業務に関する課題を討議する会議体であり、今回はアジア11カ国・地域の集中管理団体、国際メジャーのアジア地域担当、IFPI事務局など約30名が出席し、当協会からは、楠本常務理事と著

作権業務部の苅部統括部長、島田職員が出席した。

1日目は、2025年の全世界レコード使用料徴収実績について、放送・演奏等の種目別および国別の紹介が行われた後、集中管理団体におけるAI生成音源の取り扱いや使用料分配の迅速化・精緻化に向けた取り組みについて意見交換がなされた。

続く2日目は、レコード演奏使用料の徴収実務について、小売・飲食業、社内外イベント、宿泊業の分野別に深掘りの考察が行われ、インド集中管理団体PPL、シンガポール集中管理団体MRSSからそれぞれ徴収率向上を図るための取り組みが紹介された。また、映像関係のレコード使用料徴収に関して、当協会からテレビ番組の放送・インターネット配信に係る集中管理状況を説明するとともに、長年にわたり創設を要望しているレコード演奏・伝達権について、2025年度の政府審議会で集中的に検討が行われ、法改正が望ましいとの審議会報告書が最終確定に至ったことを報告した。

会員社のお知らせ

●退会（2026年3月31日付）

社名：株式会社BE BEe NEXT [賛助会員]

●代表者変更（3月5日付）

社名：ワーナーブラザースジャパン合同会社 [準会員]

変更後：上席執行役員ファイナンス部門統括 兼 代表社員 職務執行者
柏原 崇宏

変更前：日本統括 社長 バディ・マリーニ

●代表者変更（4月1日付）

社名：株式会社ヤマハミュージックコミュニケーションズ [正会員]

変更後：代表取締役社長 松岡 祐治

変更前：代表取締役社長 堤 聡

●代表者変更（4月1日付）

社名：株式会社MENT RECORDING [賛助会員]

変更後：代表取締役 CEO 篠 麻衣子

変更前：代表取締役 CEO 樋口 慎太郎

●代表者変更（4月1日付）

社名：コロムビア・マーケティング株式会社 [賛助会員]

変更後：代表取締役社長 北條 真

変更前：代表取締役社長 井上 得剛

●代表者役職変更（4月1日付）

社名：株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント [賛助会員]

変更後：代表取締役会長 村松 俊亮

変更前：代表取締役社長 CEO 村松 俊亮

●移転（4月1日付）

社名：日本コロムビア株式会社 [正会員]

新住所：〒150-0001 東京都渋谷区神宮前1-4-16 神宮前M-SQUARE 6F

●移転（4月1日付）

社名：株式会社ドリーミュージック [正会員]

新住所：〒150-0001 東京都渋谷区神宮前1-4-16 神宮前M-SQUARE

●移転（4月1日付）

社名：コロムビア・マーケティング株式会社 [賛助会員]

新住所：〒150-0001 東京都渋谷区神宮前1-4-16 神宮前M-SQUARE 6F

当協会会長村松俊亮氏、藍綬褒章を受章

令和8年春の褒章において、村松俊亮氏（一般社団法人日本レコード協会会長、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント代表取締役会長）が藍綬褒章を受章しました（4月29日付）。今回の受章は、多年にわたり日本のレコード産業の発展および音楽文化の振興に尽力してきた功績が高く評価されたものです。

村松氏は、これまで音楽をはじめとするエンタテインメント産業の第一線でビジネスの拡大と文化振興を牽引してきました。国内外の音楽市場活性化や著作権制度の整備に深く携わるとともに、近年は日本の芸術文化産業の活性化、音楽産業の連携強化を目的とする「一般社団法人カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会（CEIPA）」の設立を主導し、設立時より理事長として日本の音楽の国際展開を力強く推進しています。

当協会においては、理事・副会長等を歴任し、令和3年からは会長として音楽配信市場の健全な発展や権利保護の推進に尽力しています。加えて、デジタル時代における適正な流通環境の整備や制度的課題の解決に向けた政策提言を精力的に行い、音楽産業の基盤強化に大きく寄与してきました。

なお、当協会歴代会長の藍綬褒章受章は、令和4年春の重村博文氏以来となります。

受章によせて

このたび、藍綬褒章受章の栄に浴し、心より感謝申し上げます。この受章は私個人へのものではなく、音楽産業の発展に共に取り組んできた多くの関係者の皆様のご尽力の賜物と受け止めております。

近年、日本の音楽コンテンツは世界市場においてこれまでにない存在感を示しています。適正な流通環境の整備と権利保護を両立させながら、日本のクリエイティビティが最大限に発揮される土壌を築いていくことが、これからの音楽産業にとって重要です。

今後も、アーティストやクリエイターが夢を描ける産業基盤づくりに力を尽くすとともに、日本の音楽の魅力を世界に広げ、音楽を通じて日本の文化がより一層輝きを増していくよう努めてまいります。



村松 俊亮

当協会事務局人事（4月1日付）

●著作権業務部

苅部 好雄

著作権業務部 統括部長（前：著作権・契約部 部長）

飛世 麻紀

著作権業務部 部長（前：分配・業務部 部長）

谷口 奈穂

著作権業務部 副部長（前：著作権・契約部 副部長）

徳重 誠

著作権業務部 課長（兼務）（前：分配・業務部 課長）

●デジタル戦略室

徳重 誠

デジタル戦略室 室長 兼 著作権業務部 課長
（前：分配・業務部 課長）

●企画広報部

越坂部 玲奈

企画広報部 部長（前：企画・広報部 副部長）

丹野 祐子

企画広報部 調査役（前：企画・広報部 部長）

当協会組織変更（4月1日付）

(1) 著作権業務部の新設

集中管理事業における契約から分配までの一連の業務を一元化し、効率的な運営体制を確立するため、「著作権・契約部」と「分配・業務部」を統合し、新たに「著作権業務部」を設置する。

(2) デジタル戦略室の新設

協会全体のデジタル化およびデータ活用の最適化を横断的に推進するため、「デジタル戦略室」を新設する。これに伴い、従来のシステム担当業務を同室へ移管する。

当協会役員人事

●新任 [理事]（4月15日付）

松岡 祐治

株式会社ヤマハミュージックコミュニケーションズ
代表取締役社長

●退任 [理事]（3月31日付）

堤 聡

株式会社ヤマハミュージックコミュニケーションズ
代表取締役社長

Focus



2025年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表

当協会では、音楽全体の市場について経年データを交えながら直近のユーザー動向を整理し、音楽の楽しみ方や音楽関係支出の実態を明らかにすることを目的に「音楽メディアユーザー実態調査」を実施している。本誌では2025年度調査結果を抜粋して紹介する。

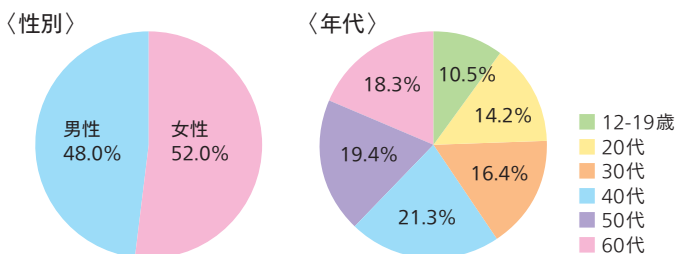
なお、より詳細な内容は、当協会ホームページにPDF版を掲載している。

▶音楽メディアユーザー実態調査 2025年度
<https://www.riaj.or.jp/report/mediauser/#2025>

●調査概要

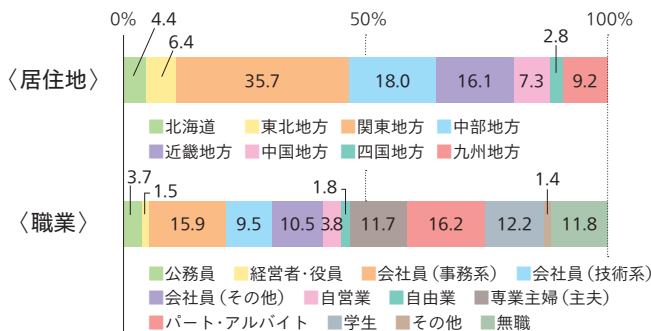
項目	内容
調査対象	全国12～69歳の男女
調査手法	インターネットリサーチ
調査時期	2025年12月8日～12月17日
調査対象者	スクリーニング:50,000サンプル 本調査:4,500サンプル

●回答者プロフィール



(備考)

- 調査分析では、令和2年国勢調査の人口構成比に基づきウェイトバック補正したデータを用いている
- 指定がない場合、数値は各項目の平均値(小数点以下四捨五入)であり、内訳と合計が一致しない場合がある
- SA:単一回答設問、MA:複数回答設問、SM:単一回答のマトリクス設問、MASA:マトリクス混合



※12～15歳は母親による代理回答のため、中学生は学生に含まれない

●ユーザーセグメント

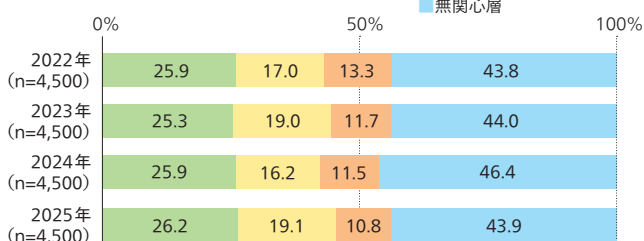
本調査分析では、直近半年間の音楽聴取状況について以下①～④のユーザーセグメントを定義している。

- 有料聴取層**：この半年間に、音楽を聴くために、音楽商品を購入したり、お金を使ったりしたことがある
- 無料聴取層**：この半年間は音楽にお金を使っていないが、以前から知っていた楽曲に加え、新たに知った楽曲も聴いている
- 無料聴取層(既知楽曲のみ)**：この半年間は音楽にお金を使っておらず、以前から知っていた楽曲しか聴いていない
- 無関心層**：この半年間は音楽にお金を使っておらず、特に自分で音楽を聴こうとしていない

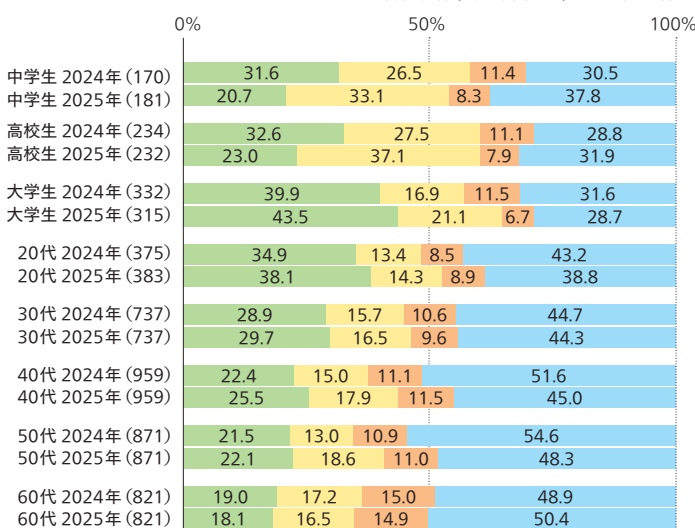
1 音楽との関わり方の変化

2025年は前年と比較して、有料聴取層が0.3ptの微増、無料聴取層が2.9ptの増加となった。前年まで増加傾向にあった無関心層は2.5pt減少し、特に大学生から50代では無関心層の割合低下が見られた。大学生と20代で有料聴取層の割合が高い傾向は前年と同様だったが、中高生では有料聴取層が減少し、無関心層が増加する結果となった。

●ユーザーセグメント構成比の推移



●年代別セグメント構成比



Q この半年間の、あなたの音楽との関わり方について当てはまるものをひとつお選びください(SA)

※カッコ内はn数

2 音楽の聴取方法

「YouTube」「定額制音楽配信サービス」が大きく拡大

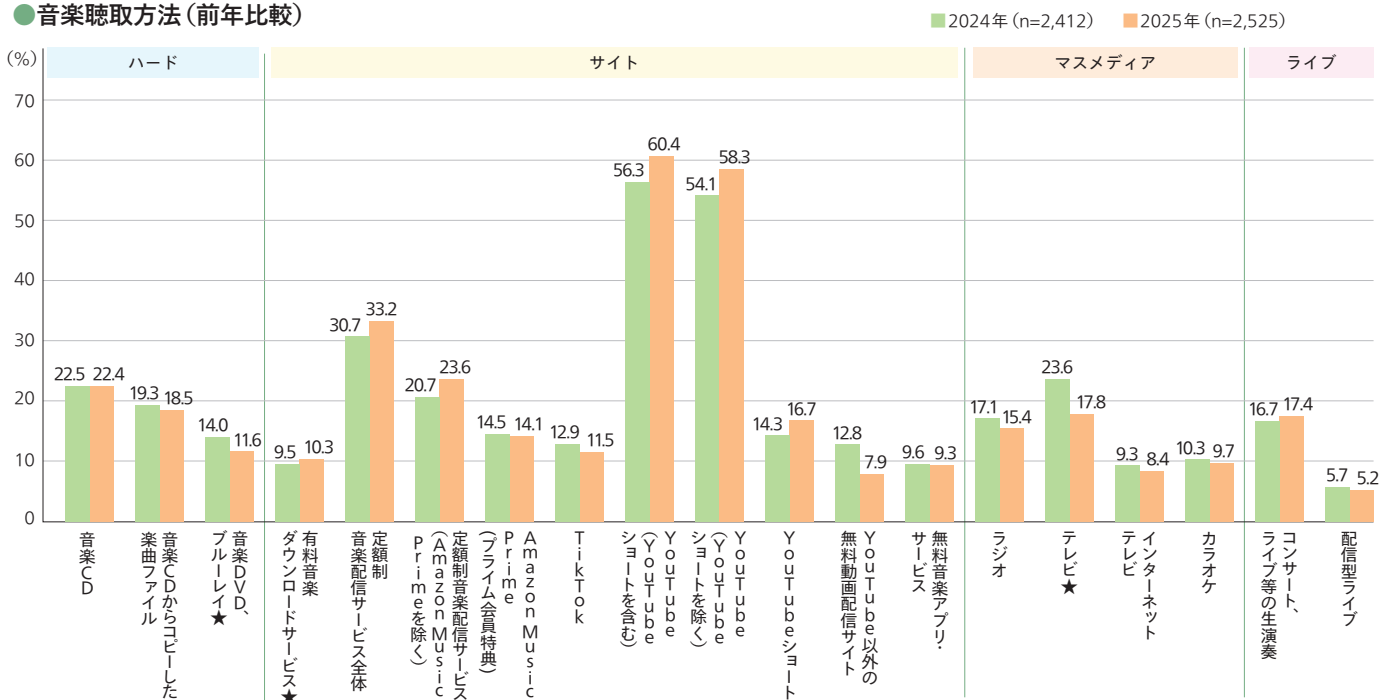
- 音楽聴取方法で最も多かったのが「YouTube」、次いで「定額制音楽配信サービス全体」「音楽CD」の順となった。
- 「YouTube (+4.1pt)」や「定額制音楽配信サービス (+2.5pt)」が前年から増加した一方、「テレビ (-5.8pt)」による音楽聴取が大きく減少した。

※「YouTube (YouTube ショートを含む)」は、「YouTube (YouTube ショートを除く)」と「YouTube ショート」の合算値

※「定額制音楽配信サービス全体」は、「定額制音楽配信サービス」と「Amazon Music Prime」の合算値

※2025年度調査より選択肢記載を一部変更(★)

●音楽聴取方法(前年比較)



※ベース:直近半年間に音楽視聴した人(n=2,525) Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか。当てはまるものを全てお選びください(MA)

「年代別で異なる音楽の楽しみ方

- 「TikTok」や「YouTube ショート」といったショート動画サービスは、10代~20代の若年層の利用が多く、年代が上がるにつれて「音楽CD」「テレビ」「ラジオ」といった従来型メディアの利用割合が高まる傾向が見られた。
- 男性と比べて、女性は「TikTok」や「Instagram」を利用して音楽を聴取する割合が高い。

●音楽聴取方法(性年代別)

	音楽CD	定額制音楽配信サービス全体	TikTok	Instagram	YouTube (ショート動画除く)	YouTube ショート	無料音楽アプリ・サービス	テレビ	ラジオ	コンサート・ライブ等
男性 12-19歳	12.6	37.2	19.8	19.5	65.8	27.2	16.8	18.2	13.9	18.2
男性 20代	17.0	48.8	14.9	18.5	59.1	22.5	7.0	9.0	8.0	20.3
男性 30代	18.1	34.2	9.8	6.7	73.7	17.2	9.0	15.0	12.0	9.5
男性 40代	22.9	31.5	7.5	5.4	57.3	14.9	12.8	21.6	17.8	11.9
男性 50代	28.3	25.0	7.7	5.2	51.9	10.8	7.1	16.8	26.4	11.3
男性 60代	35.2	17.9	2.7	1.6	49.9	9.1	6.0	26.7	28.3	10.5
女性 12-19歳	21.9	36.2	32.4	29.2	68.2	27.8	13.7	12.9	8.1	17.4
女性 20代	15.1	54.0	21.4	22.4	54.3	19.1	9.5	11.4	4.0	28.0
女性 30代	15.6	42.7	13.8	16.7	63.8	22.2	7.9	17.6	12.2	23.1
女性 40代	26.5	27.6	7.8	12.8	56.6	16.6	10.5	14.9	12.7	14.8
女性 50代	24.8	25.8	3.2	8.4	56.9	9.1	4.8	21.4	18.3	21.9
女性 60代	25.8	22.9	7.1	8.8	47.7	11.6	8.6	26.3	18.1	26.7

※ベース:直近半年間に音楽視聴した人(n=2,525)

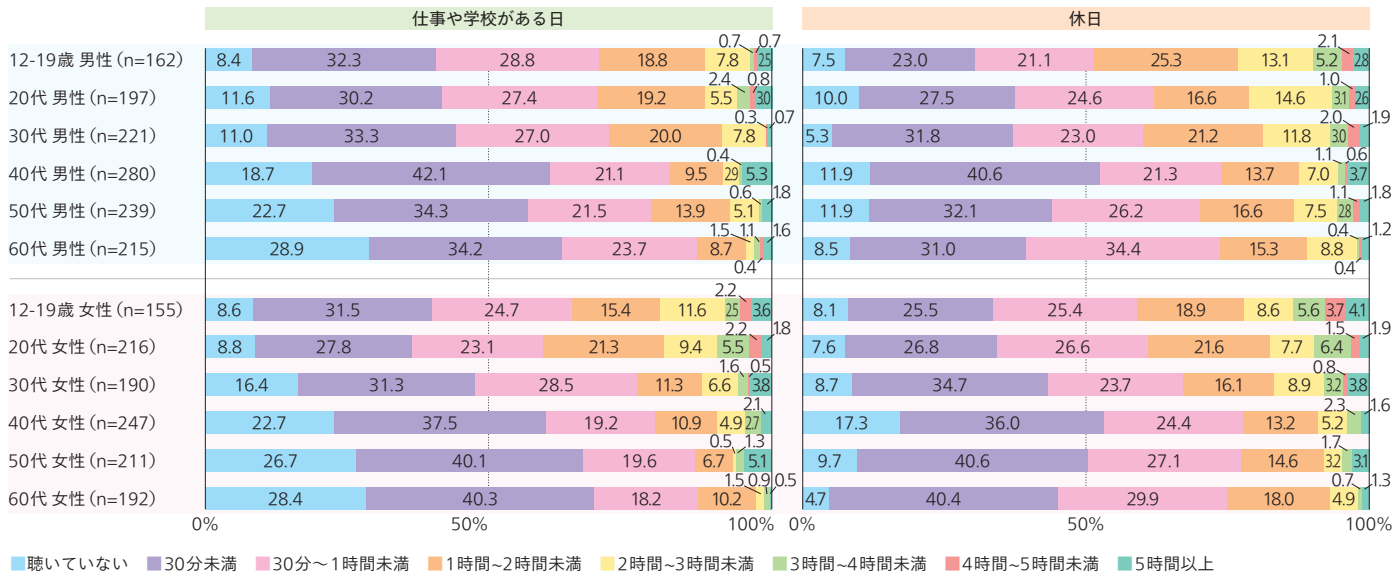
Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか。当てはまるものを全てお選びください(MA)

3 音楽の聴取時間

若年層ほど音楽聴取時間が長く、休日は全体的に聴取時間が伸長

- 10代～20代は「1時間以上」音楽を聴く割合が高いが、年代が上がるにつれて「30分未満」や「聴いていない」の割合が増加する。
- 休日は平日に比べて全体的に聴取時間が長くなり、年代によらず「1時間以上」の割合が増加する傾向が見られた。

音楽聴取時間(性年代別)



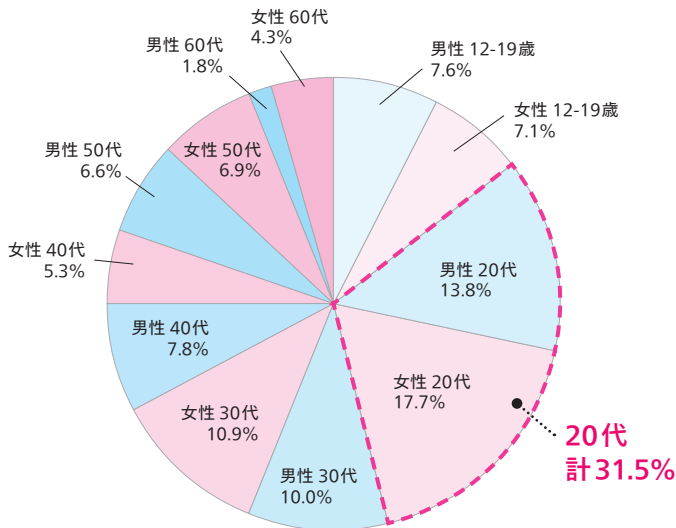
※ベース:直近半年間に音楽視聴した人 (n=2,525)
 Q あなたは普段、1日にどの程度音楽を聴きますか? 当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。この半年間における1日あたりの平均時間としてお考えください(SM)

4 定額制音楽配信サービスの利用

20代の利用割合が全体の約3割を占める

- 定額制音楽配信サービスを利用している人は、20代が最も多く全体の約3割を占める。また、年代が上がるにつれて利用者全体に占める割合は低下する傾向が見られた。
- 前年との比較では、30代女性や50代男性の利用割合が増加し、10代女性では減少した。

定額制音楽配信サービス 利用者の性年代構成



定額制音楽配信サービス 利用者の性年代構成(前年比較)

	2024年 (%)	2025年 (%)	差分 (pt)
男性 12-19歳	8.9	7.6	-1.3
女性 12-19歳	10.8	7.1	-3.7
男性 20代	15.1	13.8	-1.3
女性 20代	16.2	17.7	1.5
男性 30代	9.7	10.0	0.3
女性 30代	8.5	10.9	2.4
男性 40代	6.3	7.8	1.5
女性 40代	5.7	5.3	-0.4
男性 50代	4.5	6.6	2.1
女性 50代	7.5	6.9	-0.6
男性 60代	4.1	1.8	-2.3
女性 60代	2.6	4.3	1.7

※ベース:直近半年間、音楽視聴者かつ定額制音楽配信サービスの利用者 (n=568)

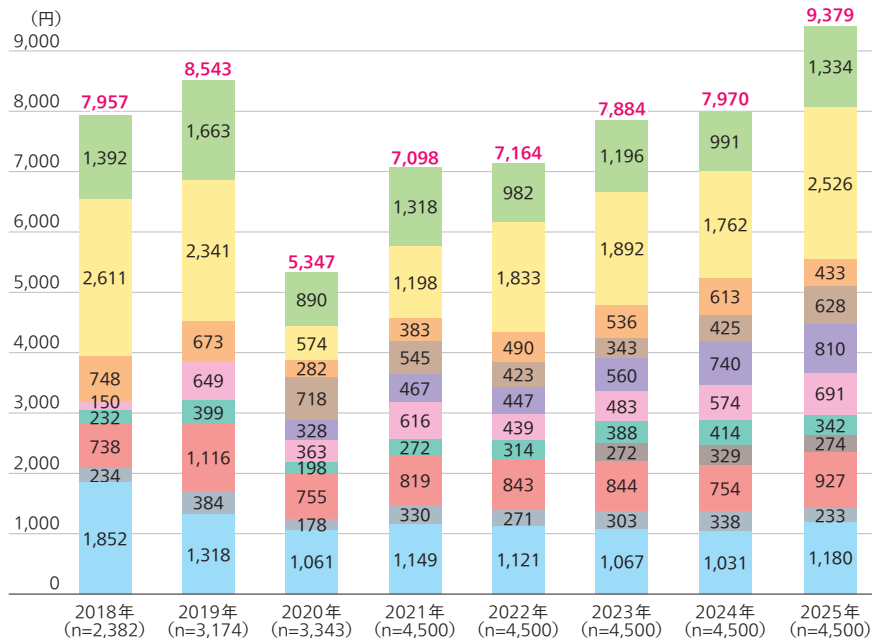
※ベース:直近半年間、音楽視聴者かつ定額制音楽配信サービスの利用者 (2024年度:n=499、2025年度:n=568)
 ※ここでの定額制音楽配信サービス利用者はAmazon Music Primeを除く

5 音楽への支出額

グッズやライブ関連が増加、支出額合計でもコロナ禍前の水準まで回復

- 2025年の音楽への総支出額は9,379円となり、前年から1,409円増加した。
- 項目別では「音楽関係のグッズ、出版物」「コンサート、ライブ等の入場料」が前年から大きく増加した一方で、「CD購入」「音楽ビデオ購入」といった音楽商材や「定額制音楽配信サービス」への支出は横ばいで推移した。

音楽への支出額推移(2018年～2025年)



	2024年 (円)	2025年 (円)	差分 (円)
計	7,970	9,379	1,409
音楽関係のグッズ、出版物	991	1,334	343
コンサート、ライブ等の入場料	1,762	2,526	764
カラオケ	613	433	-180
有料配信型ライブ	425	628	203
定額制動画配信サービス	740	810	70
定額制音楽配信サービス	574	691	117
音楽ダウンロードサービスでの楽曲購入	414	342	-72
アナログレコード購入	329	274	-55
音楽ビデオ (DVD、Blu-ray Disc等) 購入	754	927	173
CDレンタル	338	233	-105
CD購入	1,031	1,180	149

※前年比:2025年-2024年

※赤字は合計金額 ※2022年度調査より選択肢を調整したため、2018年～2021年のグラフとの比較は2022年度の選択肢で比較している

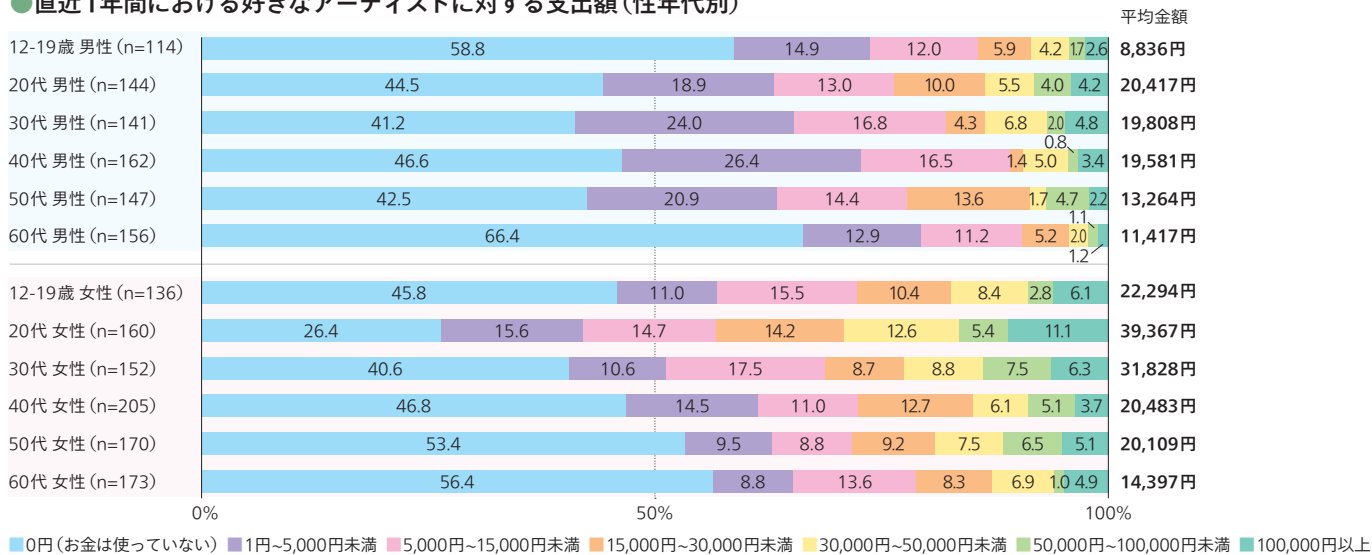
Q この半年間に音楽関連の商品・サービスについてどの程度お金を使いましたか？ (SM)

6 好きなアーティストに関連する支出

20代女性はファン活動への支出が最も活発

- 20代女性の好きなアーティストへの年間支出平均額は約4万円、最も高い結果となった。一方、10代男性や60代男性では、約6割が「0円」と回答。
- 支出がある層では、多くの世代で「1～5,000円未満」が最多であるものの、10代・30代・60代の女性では「5,000～15,000円未満」が最も多くなった。

直近1年間における好きなアーティストに対する支出額(性年代別)



※ベース:現在好きなアーティストがいると回答した回答者 Q あなたは好きなアーティストに対して、1年間で合計いくらくらいお金を使っていますか (SA)

Special Report

特報

「MUSIC AWARDS JAPAN 2026」 ノミネート作品・アーティスト発表！ アワードウィーク期間中のイベントも続々決定



4月30日、一般社団法人カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会（CEIPA）は、「MUSIC AWARDS JAPAN 2026」のノミネート作品・アーティストを発表した。

「MUSIC AWARDS JAPAN (MAJ)」は、音楽業界主要5団体（日本レコード協会、日本音楽事業者協会、日本音楽制作者連盟、日本音楽出版社協会、コンサートプロモーターズ協会）が設立した、「世界とつながり、音楽の未来を灯す。」をコンセプトとした国内最大規模の国際音楽賞で、第2回授賞式（Grand Ceremony）は6月13日（土）にTOYOTA ARENA TOKYOで開催される。

今回発表されたノミネート作品は、部門ごとに選出された延べ約2,000のエントリー作品・アーティストの中から、アーティストをはじめとする音楽関係者約5,000人の投票により、各部門5作品（組）ずつ選出されたもので、この中から授賞式当日に最優秀作品・アーティストが決定する。今号では、主要6部門のノミネート作品・アーティストを紹介する。

「MUSIC AWARDS JAPAN 2026」主要6部門 ノミネート作品・アーティスト

数字・アルファベット・五十音順

最優秀楽曲賞	最優秀アーティスト賞
Blue Jeans / HANA	Fujii Kaze
IRIS OUT / 米津玄師	HANA
怪獣 / サカナクション	Mrs. GREEN APPLE
革命道中 - On The Way / アイナ・ジ・エンド	サカナクション
好きすぎて滅！ / M!LK	米津玄師
最優秀ニュー・アーティスト賞	最優秀アルバム賞
CANDY TUNE	10 / Mrs. GREEN APPLE
HANA	Dear Jubilee -RADWIMPS TRIBUTE- / Various Artists
luv	Gen / 星野源
STARGLOW	Prema / Fujii Kaze
ブランデー戦記	THANK YOU SO MUCH / サザンオールスターズ
Best Global Hit from Japan	最優秀アジア楽曲賞
HYPNOTIZE / XG	【Indonesia】Tabola Bale / Silet Open Up
IRIS OUT / 米津玄師	【Philippines】Multo / Cup of Joe
JANE DOE / 米津玄師, 宇多田ヒカル	【South Korea】Dash / PLAVE
ReawakeR (feat. Felix of Stray Kids) / LiSA	【South Korea】Drowning / WOODZ
うっせえわ / Ado	【South Korea】Golden / HUNTR/X

「MUSIC AWARDS JAPAN WEEK」概要

授賞式に向けた6月5日（金）～6月13日（土）の1週間を「MUSIC AWARDS JAPAN WEEK」と称し、お台場・青海エリアを中心に、渋谷や六本木など東京各地で、様々なアーティストのパフォーマンスステージや、国内外の音楽業界関係者によるセミナーやショーケースの開催を予定している。

詳細は、MUSIC AWARDS JAPAN公式サイトにて後日発表予定。

▶ MUSIC AWARDS JAPAN <https://www.musicawardsjapan.com/>



特報

IFPI『Global Music Report 2026』発行

～2025年世界の音楽産業 世界音楽売上は前年比6.4%増で11年連続プラス成長～

2026年3月18日、IFPI（国際レコード産業連盟）は、2025年の世界音楽売上をまとめた年次レポート『Global Music Report 2026』を発行した。

市場拡大を支えるストリーミングの伸長と、それを上回る成長率を記録したパッケージにより、世界音楽売上は11年連続で増加、全地域において6年連続のプラス成長となった。同レポートでは、2025年の音楽産業に関する統計データに加え、生成AIに関する課題や対策を強化して取り組んでいるストリーミング詐欺についても言及されており、今号では2025年の世界の音楽産業概況をダイジェストで紹介する。

出典：IFPI『Global Music Report 2026』 ▶ IFPI <https://www.ifpi.org/>

《2025年世界音楽売上》

パッケージ売上	5.3(+8.0%)
ストリーミング売上	22.0(+7.7%)
ダウンロード・その他売上	0.8(-5.0%)
演奏権収入	2.9(+0.3%)
シンクロ収入	0.6(-2.0%)
合計	31.7(+6.4%)

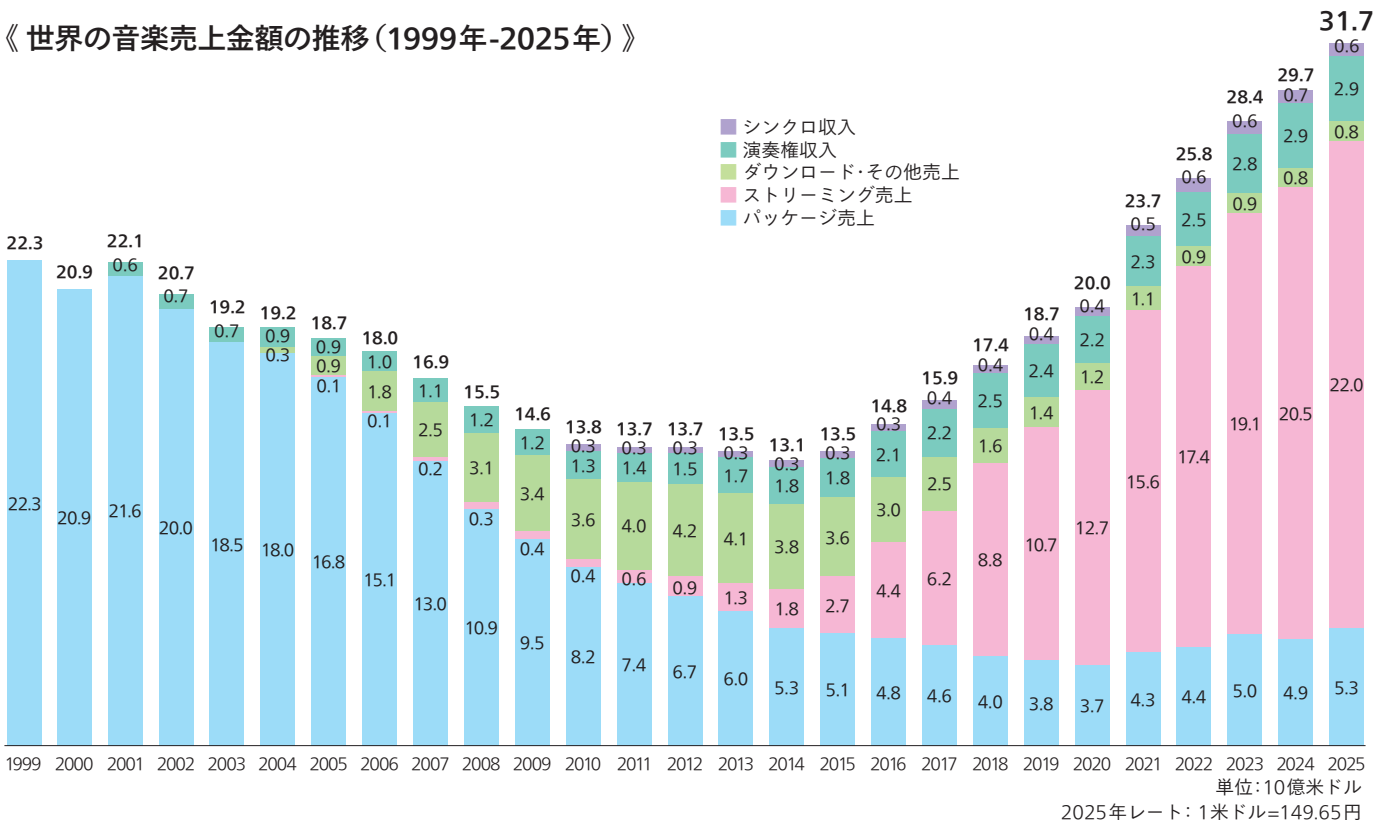
備考 1. 金額:10億米ドル
2. カッコ内は前年売上からの増減

▶ 世界音楽売上の概況

2025年の世界音楽売上は317億米ドル（約4兆7,000億円）となり、初めて300億米ドルを突破、11年連続のプラス成長を記録した。成長率では、2024年の+4.7%を上回り、2025年は+6.4%の増加となったほか、世界の全地域で6年連続成長と音楽が持つ持続的かつグローバルな強さと広がりが見えて示される結果となった。

フォーマット別では、引き続きストリーミングが世界的な拡大を続けており、+7.7%の220億米ドル（約3兆3,000億円）、そのうちサブスクリプション型有料ストリーミングは世界売上全体の過半数（52.4%）を占める結果となった。さらに、パッケージ売上は19年連続成長を記録したアナログレコードの好調などを背景に、+8.0%の53億米ドル（約8,000億円）とストリーミング（+7.7%）を上回る伸びを見せた。これはパッケージ商品が音楽を聴く手段としてだけでなく、熱心なファンが自身のファンダムを形として表現する手段としても重要な役割を果たしていることが影響しており、日本の成長回帰だけでなく、複数国での堅調な推移が下支えとなっている。

《世界の音楽売上金額の推移（1999年-2025年）》



地域別に見ると、ラテンアメリカが+17.1%と最も高い成長率を示し、16年連続の増加を維持したほか、同地域からはブラジル（第8位）とメキシコ（第10位）が国別売上トップ10入りを果たした。北アフリカ・中東（+15.2%）やサブサハラ・アフリカ（+15.2%）においても、成長率は鈍化したものの昨年に引き続き2桁増の高い成長率を記録した。国別では、世界58カ国のうち57カ国で売上が増加し、上位10カ国の全てでプラス成長となった。唯一マイナスとなった国（スウェーデン）も2024年の例外的な成長の反動が原因であり、レコード産業の弱体化を反映するものではない。上位10カ国の順位にも変動があり、中国がドイツを抜いて4位、ブラジルがカナダを抜いて8位に浮上した。

また、サブスクリプションの有料会員数は、2025年年末で8億3,700万人（2024年は7億5,200万人）と増加が続いている。

▶ フォーマット別売上実績

 **ダウンロード・その他売上** ↓5.0%
Download and Other Digital

「ダウンロード・その他」は13年連続のマイナスとなった。全体に占める割合は2.5%まで縮小しており、ストリーミングサービスのシェア拡大を反映する結果となった。

 **演奏権収入** ↑0.3%
Performance Rights

「演奏権収入」（放送・公衆演奏における使用料収入）は+0.3%となり、2024年の成長率+5.9%と比較すると緩やかな増加にとどまったものの、5年連続のプラスとなった。2025年は音楽売上全体の9.3%を構成する結果となった。

 **シンクロ収入** ↓2.0%
Synchronisation

4年連続で続いていた成長が一転、2025年には-2.0%と減少に転じ、6億4,100万米ドルとなった。その結果、音楽売上全体の2.0%にとどまる結果となった。

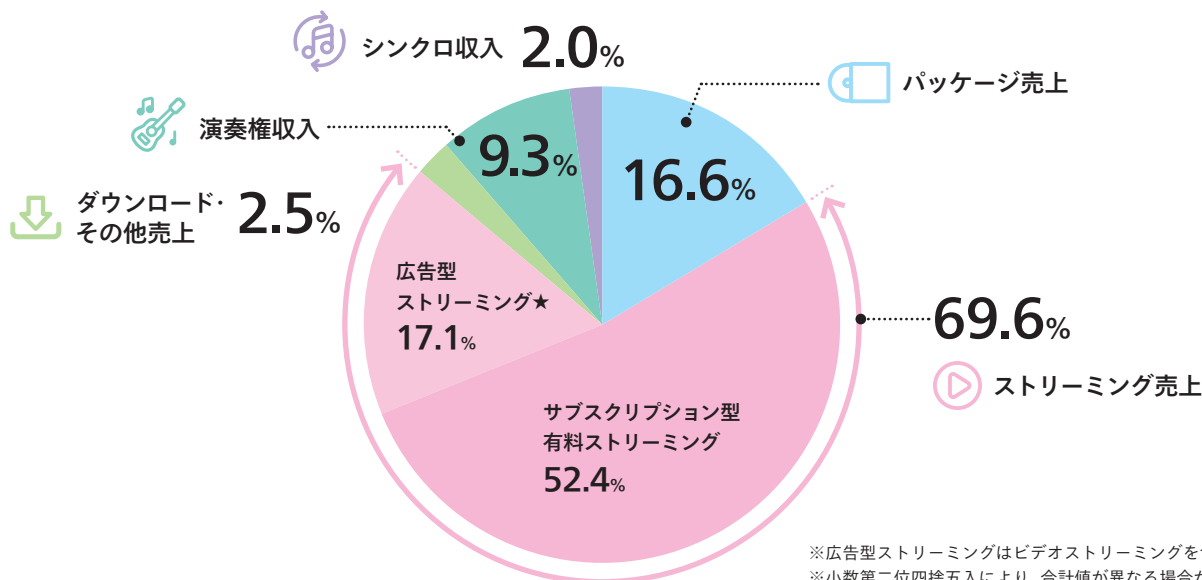
 **パッケージ売上** ↑8.0%
Physical

CD・アナログレコード・その他パッケージを含む「パッケージ」は、フォーマット別で見ると最も高い成長率を記録し、53億米ドルとなった。アナログレコードは+13.7%と19年連続で増加傾向が続いているほか、CDは+3.7%、音楽ビデオは同+10.8%といずれも堅調に推移した。

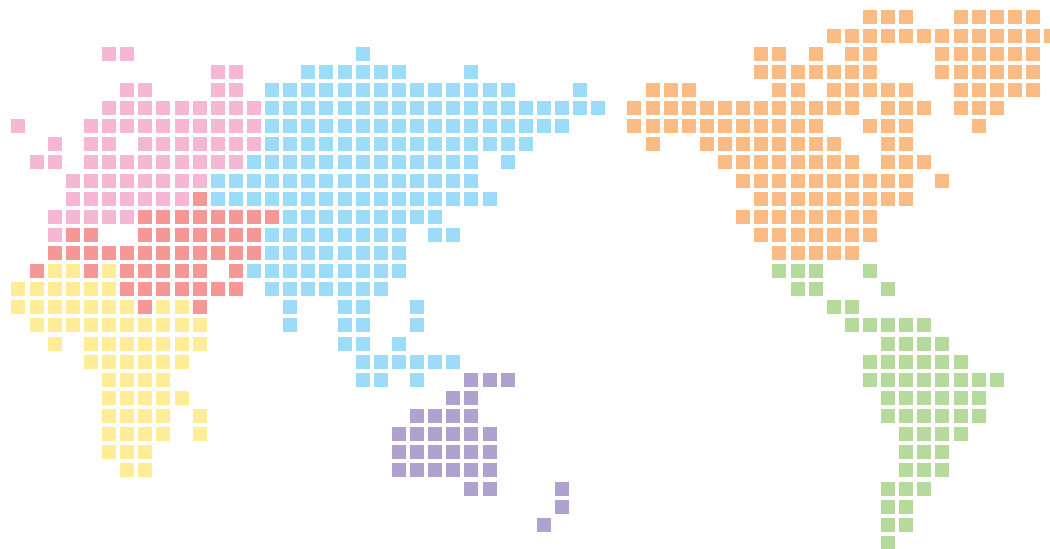
 **ストリーミング売上** ↑7.7%
Streaming

「ストリーミング」は2017年以降フォーマット別売上トップとして市場を牽引し続けており、2025年は初めて220億米ドルを突破、全売上の69.6%を占有する結果となった。特にサブスクリプション型有料ストリーミングは+8.8%と順調を堅持した一方、広告型ストリーミングは+4.3%と比較的穏やかな成長にとどまった。

《 2025年世界音楽売上フォーマット別シェア 》



▶ 地域別市場概要



ヨーロッパ地域

Europe

↑5.6%

ヨーロッパは2025年も世界2位の市場規模を維持し、世界売上の30.4%を占有した。同地域の上位3カ国であるイギリス(+4.8%)、ドイツ(+1.7%)、フランス(+3.7%)はいずれもプラス成長となった。

アジア地域

Asia

↑10.9%

アジアは2025年に大きく回復し、+10.9%と2桁成長を記録した。2025年、フォーマット別で最も高い成長率となったパッケージの売上最大地域であり、パッケージの世界売上45.1%をアジアが占めた。世界第2位の日本は+8.9%と回復したほか、中国は+20.1%と売上上位20カ国で最も高い成長を見せ、第4位に順位を上げた。

北米地域

North America

↑3.5%

世界最大の売上を誇る北米は+3.5%で、世界におけるシェアは38.7%となった。国別で世界第1位のアメリカは+3.3%でトップを維持、一方カナダは+5.6%と健闘したものの、順位を1つ下げて第9位となった。

中東・北アフリカ地域

Middle East / North Africa

↑15.2%

中東および北アフリカ(MENA)は地域別で2番目に高い成長率となった。ストリーミングが同地域の売上の大部分(97.5%)を占めている。

オーストララシア地域

Australasia

↑1.5%

オーストララシアは+1.5%と微増となった。ニュージーランドは+3.0%で同地域の15.2%を占める結果となった。オーストラリアは+1.2%となるも、国別売上では2つ順位を下げて世界第13位となった。

ラテンアメリカ地域

Latin America

↑17.1%

ラテンアメリカは16年連続成長を記録し、増加率も+17.1%と2024年に引き続き2桁成長となったほか、地域別で最大の成長率を記録した。売上の88.1%を占めるストリーミングの成長が主因とみられる。また、国別売上では、ブラジル(+14.1%)が順位を1つ上げて世界第8位となったほか、メキシコ(+13.3%)は第10位に順位を上げた。

サブサハラ・アフリカ地域

Sub-Saharan Africa

↑15.2%

サブサハラ・アフリカ(SSA)は+15.2%と2桁成長を記録した。国別では南アフリカ(+12.9%)が、同地域の78.1%を占める結果となった。

《2025年 国別売上トップ10カ国》

- | | | | | | |
|----|--|---------|-----|--|----------|
| 1位 | | アメリカ | 6位 | | フランス |
| 2位 | | 日本 | 7位 | | 韓国 |
| 3位 | | イギリス | 8位 | | ブラジル ↑+1 |
| 4位 | | 中国 ↑+1 | 9位 | | カナダ ↓-1 |
| 5位 | | ドイツ ↓-1 | 10位 | | メキシコ ↑+2 |

Special Report

特報

公正取引委員会へ
再販制度弾力運用報告書を提出

当協会は2025年12月31日時点のレコードメーカーによる「音楽CD等の再販制度の弾力運用の状況について」の報告書を取りまとめ、2026年3月2日に公正取引委員会へ提出した。本誌では同報告書から抜粋した内容を掲載する。なお、報告書全文は当協会ホームページで公開している。

▶ 再販制度 <https://www.riaj.or.jp/various/saihan/>

音楽用CD等の再販制度に関する弾力的な運用と流通改善について

1. 時限再販・部分再販等再販制度の運用の弾力化

①時限再販期間の短縮について

レコードメーカー各社は、1998年以降、時限再販期間の更なる短縮に取り組み、2025年末現在、再販期間は1年または6ヶ月となっている。

②時限再販期間経過後商品の値引き販売について

全国のレコード販売店で値引き販売が実施されている。レコードメーカーは営業施策の一環として、販売店の協力体制の下で柔軟な対応を行っており、時限再販期間経過後商品の店頭値引き販売は通年で展開されている。

③非再販商品の発売と値引き販売について

2025年の音楽用CD等新譜数は9,524タイトル（2024年9,601タイトル）であったが、このうち、CD+DVD/BD商品は1,208タイトル（2024年1,325タイトル）、非再販CD等は662タイトル（2024年575タイトル）となり、CD+DVD/BD商品および非再販CD等の合計で1,870タイトル（2024年1,900タイトル）が非再販商品として発売された。これらの非再販商品は、発売時より値引き販売が広く実施されている。

また、CD+DVD/BD商品はヒット作品でも数多く発売されており、2025年に発売され正味出荷枚数が100万枚を超えた「ミリオン認定作品」はアルバム3タイトル、シングル3タイトルの計6タイトル（2024年：アルバム1タイトル、シングル3タイトル）で、このうち5タイトルがCD+DVD/BD商品の形態で発売された。

④廃盤セールの実施状況

レコード業界では1992年度から年1回「廃盤セール」を開催してきたが、廃盤タイトル減少により本セールへの出品数の大幅減少が見込まれることから、2025年度の実施は見送ることとなった。

なお、来年度以降の本セール実施については、出品予定数の状況を勘案しながら継続して検討を行う。

⑤価格表示方法変更後の状況について

日本レコード協会規格「RIS204/オーディオCDの表示事項及び表示方法」において、2001年3月に「再販価格適用期限を定価の表示に近接した位置に記載する。」と改正し、再販商品と非再販商品の価格表示参考例を例示した。その後2021年4月1日から義務付けられた総額表示に関連し、同規格における再販商品と非再販商

品の価格表示参考例についても総額表示とする部分改正を行った。

2. 各種割引制度の導入等価格設定の多様化

2025年のアルバムの年間平均小売価格は、2,538円となった。

3. 再販制度の利用・態様についての発行者の自主性の確保

再販制度の利用については、従来からレコードメーカーが自らの判断で決定しており、今後も同様である。

4. サービス券・ポイントサービスの提供等消費者に対する販売促進手段の確保

レコードメーカーは、サービス券・ポイントカードは消費者へのサービス提供手段として定着しているとし、販売店の自主性を尊重している。

5. 通信販売・直販等流通ルートの多様化及びこれに対応した価格設定の多様化

レコードメーカーは従前から消費者の購入利便性の向上のため、通販・直販等流通ルートの多様化に取り組んでおり、商品の特性に合わせた多様な価格設定が行われている。

6. 円滑・合理的な流通を図るための取引関係の明確化・透明化その他取引慣行上の弊害の是正

取引関係について、特段の弊害はないと認識している。

7. その他

インターネットの普及拡大に伴い、レコードメーカー各社は自社のWEBサイトを利用して、プロモーションを目的としたCD音源の無料試聴サービスを実施している。

また販売店においても、デジタル試聴機が導入されており、現在75店に、据え置き筐体型、タブレット型等130端末が設置されている（2025年12月現在）。

レコード業界は、音楽用CD等の再販制度について国民から引き続き理解が得られるよう、今後も消費者利益の向上を目指し、音楽用CD等の企画の多様性の確保、流通の合理化などの改善に積極的に取り組んでいく。

当協会では、国内のレコード市場規模をより包括的に把握することを目的として、会員社の報告実績に非会員社分の推計値を加算した「音楽ソフト・音楽配信売上推計」について、令和7年分より公表を開始した。

令和7年の国内レコード市場規模の推計値は、音楽ソフトおよび音楽配信の売上推計合計で、前年比110%の3,988億円となった。このうち音楽配信売上が1,700億円（前年比107%）であり、特にストリーミングは1,580億円（前年比109%）と引き続き伸長し、音楽配信市場に占める割合は93%に達した。また、音楽ソフトの売上推計は、多くのミリオン作品が認定されたことを背景に、2,288億円（前年比112%）と堅調な伸びを示した。内訳は、オーディオレコードが1,781億円（前年比111%）、音楽ビデオが507億円（前年比116%）である。

また、日本政府はコンテンツを輸出基幹産業と位置付け、エンタメ・コンテンツ産業の輸出額を令和15年までに20兆円に拡大する目標を掲げるなど、海外展開力の強化に向けた政策を推進している。こうした中、音楽産業においても、一般社団法人カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会（CEIPA）が主催する「MUSIC AWARDS JAPAN」を通じた世界への情報発信や、持続的成長を目指す「MUSIC WAY PROJECT」を推進するなどグローバル市場での存在感を高めるための基盤整備が進められている。

このような業界環境の変化を踏まえ、当協会では、担う役割として掲げる3つの柱（①業界の収益を「伸ばす」、②違法を「なくす」、③レコード産業からのメッセージを「伝える」）に関する事業に優先度を付けて取り組んできており、令和8年度においても、この基本方針のもと、各事業を推進する。

令和8年度の具体的な事業は以下の通りである。

〔事業活動〕

〔1〕レコード等の普及に関すること

1. 「音楽CDの再販制度」の維持と弾力運用の推進

- (1) 音楽文化発展の基盤である「音楽CDの再販制度」を維持するべく、必要な諸施策を実施する。
- (2) 時限再販等の弾力運用を推進するとともに、ユーザーへの還元施策であるインターネット廃盤セールについて、内容の見直しも含め、開催について検討する。

2. 業界広報の強化

- (1) 音楽創造のサイクルやエルマークを中心に、リーチサイト・リーチアプリ規制に関する令和2年改正著作権法に関する特設サイト「あの音楽アプリは、もう違法。」等の周知啓発活動を引き続き行う。
- (2) 会員社若手社員が就活生向けにレコード業界の魅力を発信する合同産業セミナーについて、改善を加えながら継続実施する。
- (3) 産業統計としての精度向上に資するため、音楽ソフト・音楽配信売上推計、生産実績・正味出荷実績、配信売上統計等、各種統計データおよび認定データについて、環境や社会の変化に即した見直しと情報発信を行い、産業研究・分析、音楽ユーザーの適法利用促進に繋げる。
- (4) 音楽関係5団体が発起人となり設立した「一般社団法人カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会（CEIPA）」が実施するアワード「MUSIC AWARDS JAPAN」の第2回授賞式（令和8年6月）開催に向けて、運営に協力支援を行う。また、第2回の検証と第3回開催に向けての準備を進めるとともに、今後継続していくための組織・仕組み作りをCEIPA構成団体と連携して取り組む。

3. 需要喚起関連事業

音楽の素晴らしさや楽しさを発信し、音楽リスナーの増加と音楽を聴くライフスタイルの普及を図る総合的な施策を検討する。

4. 「日本ゴールドディスク大賞」の実施

アーティストおよび作品の顕彰並びに売上実績の記録を目的として、継続実施する。

5. 日本音楽の海外展開の促進

- (1) 「第23回東京国際ミュージック・マーケット（TIMM）」への協力を通じ、会員各社の海外展開を支援する。
- (2) CEIPAおよびTOYOTA GROUPが共創した「MUSIC WAY PROJECT」を通じて、本質的な日本音楽のグローバル化と持続的

な成長を目指すため、同プロジェクトが行う「人づくり」「場づくり」に協力する。

6. 日本音楽の海外市場規模（売上）の把握

日本音楽の海外展開における基礎データとすべく、日本の音楽産業（パッケージ、デジタル等）の海外売上を把握し、年次で継続的に集計する仕組みを検討する。

7. RIAJセミナーの開催

会員各社へのタイムリーな情報提供を目的としたセミナーを定期的に開催する。

8. 音楽権利情報データベースの充実

一般社団法人音楽情報プラットフォーム協議会（MINC）の構成団体として、音楽権利情報データベースの更なる充実とデータ提供の拡大に取り組み、もって著作物等の利用促進と権利処理の円滑化を図る。

〔2〕レコード等に関する調査研究およびデータの収集

1. 市場調査、産業統計の充実

パッケージ商品および音楽配信に関する各種産業統計データを、市場変化を踏まえた見直しを適宜図りつつ、的確な集計と迅速な公表を行う。

2. 音楽に関する消費者実態調査の実施

ユーザー動向の経年変化を把握することを目的として、「音楽メディアユーザー実態調査」を継続実施する。実施にあたっては、令和7年度調査結果を踏まえ、設問内容および調査設計の見直しを行う。

〔3〕レコードを通じた音楽文化の保存に関すること

録音エンジニアの技術向上と地位確立を目的とした「日本プロ音楽録音賞」の共催を継続実施する。

〔4〕著作権および著作隣接権等の普及・啓発に関すること

1. 音楽の違法利用を撲滅するための対策の強化

- (1) 違法対策の専任組織「CPPC（著作権保護・促進センター）」において動画配信サイトおよびSNS等における違法音楽ファイルの投稿について、削除要請を継続して実施する。

- (2) 国外サイトに関しては、国際レコード産業連盟 (IFPI) との連携により削除要請の対象を拡大するとともに、中国サイトについては、中国国家著作権局との連携や当協会北京代表処を通じたサイト運営事業者との協議実施等により効果的な対策を講ずる。
- (3) 国外にホスティングされているリーチサイトについて、リンク先サイバーロッカーへの削除要請と併せて、海外のサイト運営者の摘発に向けた対応を継続して実施する。
- (4) アグリゲーター（音楽配信仲介サービス）経由で行われる無許諾配信について、配信停止要請等の対応を継続して実施する。
- (5) 無許諾音楽アプリの撲滅に向け、アプリストアへの削除要請、広告事業者に対する違法音楽アプリで表示される広告の停止要請、アプリ開発者等に対する警告や法的措置の検討、違法ファイルへのリンク削除要請やファイル削除要請等、多角的な対策を継続して実施する。
- (6) 悪質な違法行為者の告訴等を継続して実施する。
- (7) ファイル共有ソフトの悪質利用者に対しては、発信者情報開示請求および同訴訟を活用した違法利用者の特定を行い、教育・広報啓発と損害賠償請求の両面対応を継続する。

2. 著作権教育・啓発活動の実施

- (1) 大学講座は、今年度から早稲田大学に提携講座を開講し、若年層のレコード産業・著作権制度に対する理解促進に努める。
- (2) 音楽が制作される過程を学び、上質な環境で音楽を楽しむ機会を提供するレコーディングスタジオ見学プログラムを引き続き実施するとともに、修学旅行生等の職場訪問受入れなど、若年層への著作権教育の機会を増大するための取り組みをオンライン対応も取り入れながら継続する。
- (3) その他、著作権教育の促進に資する活動を実施する。

3. レコード演奏・伝達権の円滑な管理開始に向けた準備

令和7年度の文化審議会著作権分科会にてレコード演奏・伝達権の創設が望ましいとの考え方が取り纏まったことを受け、創設後の円滑な管理開始に向けて、実演家団体とともに必要な準備を進めていく。

4. 生成AIへの対応

- (1) RIAJが参画している音楽関係9団体による「AIに関する音楽団体協議会」において、AIに関する課題や利活用について情報共有や必要な検討・提言を行う。
- (2) 生成AIに関する国内外の法的動向を注視し、レコード産業の立場から必要な検討・提言を行う。

[5] レコード等に関するデータの公表

レコード産業への理解促進と産業全体の更なるイメージ向上を図るため、機関誌、ホームページ、プレスリリース等を活用して積極的に情報発信するとともに、社会貢献活動や文化活動についても広報する。

[6] レコード製作者に係る商業用レコードの二次使用料に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

- (1) 二次使用料を安定的に確保するために、放送・有線放送事業者との間で協議を実施し、使用料水準の維持確保に努める。
- (2) 二次使用料の放送実績分配の精度向上のため、システム改修に取り組む。

[7] レコードに関するレコード製作者の複製権、譲渡権および送信可能化権等ならびに実演家の送信可能化権等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

1. 放送番組のネット配信等に係る集中管理の取り組み

放送番組配信・ウェブキャスト（インターネット独自コンテンツの放送型配信）に係る送信可能化使用料の徴収および分配を円滑に進めるとともに、利用の拡大に取り組む。

2. 教育・文化・プライダル分野等のレコード利用集中管理事業の推進

- (1) 教育・文化系催事に係る一任型集中管理事業の安定化に取り組む。
- (2) プライダル分野におけるレコード利用について、一層の円滑化と権利処理促進を図る。また、適法利用に向けた利用者への啓発活動を推進するとともに、許諾を得ずにレコードを利用する

事業者への対策を強化する。

[8] レコード製作者に係る商業用レコードの公衆への貸与に係る報酬等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

貸レコード使用料等の円滑な徴収および分配に努める。

[9] 私的録音録画補償金に関する指定管理団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者に係る当該補償金の受領および分配

私的録音録画補償金管理協会 (sarah) の構成団体として、私的録音録画補償金制度の円滑な運用を支援するとともに、適切な分配に努める。

[10] 授業目的公衆送信補償金に関する指定管理団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者等に係る当該補償金の受領および分配

授業目的公衆送信補償金等管理協会 (SARTRAS) の構成団体として、授業目的公衆送信補償金制度の円滑な運用を支援するとともに、適切な分配に努める。

[11] その他

1. 政府の審議会等への委員派遣および経済団体への参画等

文化審議会著作権分科会等へ委員を派遣するなど、外部の会議体等に積極的に参画し、意見を表明する。

2. 国内・国外の団体、機関との連携活動

国内の音楽関係団体並びにIFPIおよびアメリカレコード協会(RIAA)等海外のレコード産業団体との連携と情報交換を積極的に推進する。

3. 「レコード倫理審査会」の開催・運営

レコード制作者としての社会的倫理責任を果たすため、「レコード制作基準」に則り「レコード倫理審査会」を開催・運営する。

4. 業界規格 (RIS) の制定と改正

CD等レコード商品の表示、付属品等に関する日本レコード協会規格 (RIS) について必要な制定・改正を行う。

5. ISRC (International Standard Recording Code) の管理機関としての活動

音源の識別に利用されるISRC (国際標準レコーディングコード) の国内登録代行機関として、普及・管理に関する活動やコードの申請受付・交付等を行う。

6. 福祉・厚生施設へのレコード寄贈

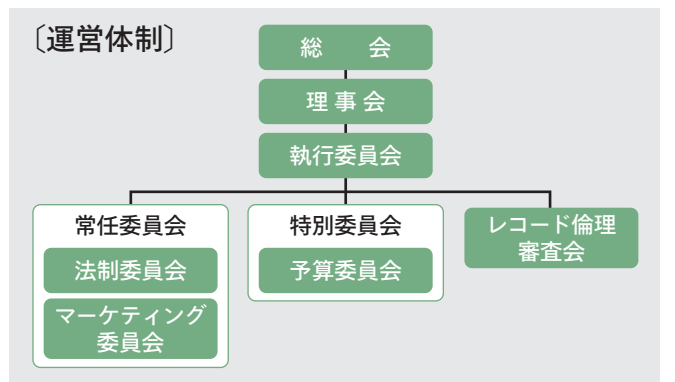
福祉厚生・療養施設 (児童福祉施設、老人ホーム等) の方々に音楽を楽しんで頂く事を目的として昭和38年から毎年実施しているレコード (CD) 寄贈事業を継続実施する。

7. 会員各社の業務の集約化 (シェアードサービス)

会員各社の業務の効率化と負担軽減を図るため、集約化が考えられる業務に関する会員社ニーズを引き続き把握しながら必要な施策を推進する。

8. 会員社共益事業

会員社のニーズに沿ったテーマを選定し、適宜RIAJセミナーを開催する。



本年度も、関係官庁並びに関係団体の協力を得て業務を推進する。
以上

特報

第130回RIAJセミナー 「新入社員合同研修会・懇親会」開催



4月10日、東京都港区のベルサール虎ノ門において、当協会会員社の新入社員を対象とするRIAJセミナーが開催された。

約140名が参加した研修会では、冒頭、当協会 佐藤専務理事より新入社員に向けて「音楽を含むエンタメコンテンツが世界で勝てる日本の産業であると認められる時代となった。この業界の一員となる皆さんには、ぜひ日本中を、世界中をワクワクさせる存在になってほしい」と激励の言葉がかけられた。続いて、企画広報部 岩上部員による「レコード業界について」、著作権業務部 鍋田部員による「レコード会社と著作権」、CPPC 岩下部員による「日本レコード協会の違法対策」をテーマとした講義が行われた。

研修会の後半には恒例の各社ごとの新入社員紹介が行われ、個性あふれる自己紹介で大いに盛り上がった。研修会終了後の懇親会では、株式会社ドリーミュージック 森田取締役による乾杯の発声の後、新入社員同士で名刺交換などの交流が行われ、最後にビクターエンタテインメント株式会社 人事総務部 白石人事グループ長による一本締めにて閉会となった。



日本コロムビア



ビクターエンタテインメント



キングレコード



テイチクエンタテインメント



ユニバーサル ミュージック



徳間ジャパンコミュニケーションズ



ソニー・ミュージックエンタテインメント



ポニーキャニオン



ワーナーミュージック・ジャパン



パップ



エイベックス



ドリーミュージック



バンダイナムコミュージックライブ



スペースシャワーネットワーク



キッス・エンタテインメント



トイズファクトリー

合同研修会を終えた新入社員に対してアンケートを行った。回答の一部を紹介する。

レコード業界(会社)への志望動機

- 日本の魅力的なコンテンツを海外へ届けたい、人々の心を動かす仕事がしたいという想いで志望した。
- 高校時代の留学で、音楽、主に洋楽に助けられた経験があり、これからは自分自身が音楽で人々に感動を届けたい、言語関係なく人々と世界をつなぎたいという思いがあり志望した。
- 今まで自分を支えてくれた音楽を、今度は自分が支える側になり、そして多くの人に自分が素晴らしいと思った音楽を届けたいと思ったから。
- 大学時代に自分が好きな音楽を守る法律があることを知り、法律面からエンタメを支えたいと思ったため。
- ファンの背中を押す音楽を届け、アーティストの健全な育成を支えるA&Rになりたいから。



専務挨拶

研修会感想

1. レコード業界について

- マーケット概況を詳しく知ることができた。産業収入の推移や海外と日本の比較など、この業界で働く上で必要な知識が身についた。
- 日本の音楽市場では、現在もパッケージビジネスが強いことが印象的だった。国民性を加味したビジネス展開の必要性を改めて感じられた。
- 日本はまだフィジカルが強い側面があるため、今後のグローバル進出という観点からどのように日本の音楽を伝えていくかということについて考えるきっかけになった。
- レコード業界には多くの同業他社が存在するが、「日本の音楽」を世界に届けて盛り上げるために、良きライバルでありながらも、協力して皆で貢献していく必要があると感じた。
- レコード協会が取り組む事業が印象に残った。中でも、日本の音楽業界を活性化させて世界に広めるための国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN」に関して、前回の授賞式を観てその規模感に驚いたとともに、今後の日本の音楽業界への期待を膨らませるものであったため、今後はその業界の一員としての自覚を持ちたいと思う。
- 私たちレコード会社がより良い作品作りに集中できるようレコード協会が多くの取り組みをしていることが印象に残った。

2. レコード会社と著作権

- 著作権法によりどのようにレコード会社、アーティストが守られているのかがよくわかった。
- 著作権というどうしても取り締まるイメージが強かったが、レコード業界に入社し、今回の研修を受けたことでアーティストや会社を守るものと言う認識が変わった。
- 一曲にも複雑な権利が関係していることを知り、それを取り扱っていく立場として気が引き締まる思いだった。
- レコード会社は著作権ではなく著作権隣接権を保有しており、経済的な利益に関する財産権を用いてライセンスビジネスが行われているという点が最も印象に残った。また、店舗内BGMの使

用料徴収に関して現在動きがあることが新たな学びだった。

- レコード演奏・伝達権が新たに整備されようとしているという話題が興味深かった。実務に必要な知識であるため、さらに理解を深めていきたいと思った。

3. 違法対策について

- 具体的な事例と合わせてどのような違法行為があり、レコード協会がそれに対してどう対策をしているのかを知ることができた。
- サービスの多様化に対応して、技術を用いて効率的かつ確実に権利を管理していることが印象的であった。
- 動画投稿サイトにおける検出作業では、自動検知の他にしっかりと目視確認も行なっていること、警察とも連携していることが印象に残った。
- 音楽業界のこれからの発展のために違法行為は摘発すべきだし、素晴らしい音楽にはそれ相応の対価が支払われるべきだと思った。
- 消費者側から制作者側となり、違法行為によってアーティストや制作陣が報われないことがなくなるように対策していかなければならないという危機感とともに、正規で満足していただけるものを制作していきたいと思った。
- 違法アップロードは多くの人にコンテンツが届く反面、アーティストやレコード会社、作詞者・作曲家など多くの人の権利を侵害するため、権利保護とプロモーションの折り合いをつけるのが非常に難しいと感じた。一方で、違法アップロードをする者に利益が入るのは許し難いため、規制がもっと強まればうれしい。
- 業界全体で取り組んでいかないといけない課題だと改めて知ることができてよかった。

その他

- 他社の同期と実際に会って、とても刺激を受けた。負けられないように頑張ろうと改めて思うとともに、音楽業界と一緒に盛り上げていきたいと思った。
- 各社それぞれ個性のある魅力的な発表で楽しむことができた。このような方々と同期として同じ業界で働けることを誇りに思いながら日々仕事に励みたいと思う。
- 好きな音楽や好きなエンタメを語る姿を見て、この業界にいる人達は所属は違えど皆気持ちは同じなのだと感じた。
- 音楽業界や著作権など、業界で働くにあたり必要な知識や実情を知ることができたとともに、他の会社の同期を知る機会として貴重な時間を過ごすことができた。
- Hit Makersにいつか掲載してもらえるように、楽しみながら精一杯頑張りたい。



懇親会の様子

2026年2月度

●ゴールドディスク認定

シングル 邦楽			
●●ダブル・プラチナ			
名残り桜	AKB48	2026.02.25	ユニバーサル ミュージック
HARD WORK	なにわ男子	2026.02.18	ストームレーベルズ
爆裂愛してる / 好きすぎて減!	MILK	2026.02.18	ビクターエンタテインメント
●プラチナ			
電話番号教えて!	≠JOY	2026.02.18	ソニーミュージックレーベルズ
ハニカミ	Hey! Say! JUMP	2026.02.11	ストームレーベルズ
All of You	RIIZE	2026.02.18	ユニバーサル ミュージック

アルバム 邦楽			
●プラチナ			
Runway	Aえ! group	2026.02.25	ユニバーサル ミュージック
●ゴールド			
THE CORE - 核	XG	2026.01.23	XGALX
ぐされ	ずっと真夜中でいいのに。	2021.02.10	ユニバーサル ミュージック
KAWAII LAB. BEST ALBUM	TEAM KAWAII LAB.	2026.02.11	アソビミュージック
HANA	HANA	2026.02.25	ソニーミュージックレーベルズ
THIS IS BUDDiS	BUDDiS	2026.02.11	ソニーミュージックレーベルズ
PLAY	MISAMO	2026.02.04	ワーナーミュージック・ジャパン

アルバム 洋楽			
●●ダブル・プラチナ			
TOMORROW X TOGETHER 4th Album 『The Star Chapter: TOGETHER』	TOMORROW X TOGETHER	2025.07.22	BIGHT MUSIC

ビデオ 邦楽			
●●●トリプル・プラチナ			
5×10 All the BEST! CLIPS 1999-2009	嵐	2009.10.28	ストームレーベルズ
ARASHI Anniversary Tour 5×10	嵐	2010.04.07	ストームレーベルズ
ARASHI アラフェス NATIONAL STADIUM 2012	嵐	2012.12.26	ストームレーベルズ

●●ダブル・プラチナ			
SUMMER TOUR 2007 FINAL Time -コトバノチカラ-	嵐	2008.04.16	ストームレーベルズ
ARASHI AROUND ASIA 2008 in TOKYO	嵐	2009.03.25	ストームレーベルズ
●ゴールド			
How's it going? SUMMER CONCERT 2003	嵐	2003.12.17	ストームレーベルズ
ARENA TOUR 2023 "NOAH no HAKOBUNE"	Mrs. GREEN APPLE	2024.01.12	ユニバーサル ミュージック

※日付は発売日

●認定基準

ゴールドディスク認定(音楽ソフト/カテゴリ: アルバム、シングル、音楽ビデオ)
ダウンロード認定(ダウンロード/カテゴリ: 着うた®、シングルトラック、アルバム)

認定ランク	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ミリオン	2ミリオン
基準	10万以上	25万以上	50万以上	75万以上	100万以上	200万以上

●ダウンロード認定

シングルトラック 邦楽			
●ゴールド			
10年後の君へ	板野 友美	2012.04.18	キングレコード
心得	Uru	2023.05.01	ソニーミュージックレーベルズ
冬のうた	Kiroro	2001.12.19	ビクターエンタテインメント
躍動	坂本 真綾	2020.08.11	ビクターエンタテインメント

※日付は配信開始日

●ストリーミング認定

トラック 邦楽			
◆◆ダブル・ダイヤモンド			
ドライフラワー	優里	2020.10.25	ソニーミュージックレーベルズ
●●●トリプル・プラチナ			
花占い	Vaundy	2021.07.05	SDR
StaRt	Mrs. GREEN APPLE	2015.07.01	ユニバーサル ミュージック
ブルーアンビエンス (feat. asmi)	Mrs. GREEN APPLE	2022.06.14	ユニバーサル ミュージック
IRIS OUT	米津玄師	2025.09.15	ソニーミュージックレーベルズ

●●ダブル・プラチナ			
阿修羅ちゃん	Ado	2021.10.28	ユニバーサル ミュージック
シルエット	KANA-BOON	2015.05.27	ソニーミュージックレーベルズ
裸の勇者	Vaundy	2022.01.07	SDR/ソニーミュージックレーベルズ
そっけない	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック
恋だろ	wacci	2022.04.15	ソニーミュージックレーベルズ

●プラチナ			
クラクラ	Ado	2023.10.05	ユニバーサル ミュージック
ブルーバード	いきものがかり	2013.03.04	ソニーミュージックレーベルズ
倍倍FIGHT!	CANDY TUNE	2024.04.24	アソビミュージック
ねっこ	King Gnu	2024.10.21	ソニーミュージックレーベルズ
Friends, Family & God feat. G.k.i.d & KEIJU	Kvi Baba	2024.08.07	トイズファクトリー
MANIAC	Stray Kids	2022.03.18	ソニーミュージックレーベルズ
優しいあの子	スピッツ	2019.10.09	ユニバーサル ミュージック
残酷な天使のテーゼ	高橋 洋子	2015.09.18	キングレコード
青い春	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
どんなときも。	横原 敬之	2012.07.03	ワーナーミュージック・ジャパン
好きすぎて減!	MILK	2025.10.27	ビクターエンタテインメント
キャラクター	緑黄色社会	2022.01.21	ソニーミュージックレーベルズ
やってみよう	WANIMA	2019.06.21	ワーナーミュージック・ジャパン

トラック 洋楽			
●●ダブル・プラチナ			
See You Again (feat. Charlie Puth)	Wiz Khalifa	2015.03.10	ワーナーミュージック・ジャパン
●プラチナ			
Problem (feat. Iggy Azalea)	Ariana Grande	2015.07.01	ユニバーサル ミュージック
That's What I Like	Bruno Mars	2016.11.18	ワーナーミュージック・ジャパン

※日付は配信開始日

【基準単位】ゴールドディスク認定: 枚数、ダウンロード認定: ダウンロード数

備考 1. 着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰

2. 「着うた®」は株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標です

3. 3ミリオン以降、100万毎に認定

2026年3月度

●ゴールドディスク認定

シングル 邦楽			
●●ダブル・プラチナ			
The growing up train	櫻坂46	2026.03.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
●プラチナ			
サンダルだぜ	SKE48	2026.03.18	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ
Waltz for Lily	King & Prince	2026.03.25	ユニバーサル ミュージック
一秒 / Rebellion	SixTONES	2026.03.18	ソニー・ミュージックレーベルズ
●ゴールド			
好きすぎて泣く	STU48	2026.03.04	キングレコード
AIZO	King Gnu	2026.02.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
Break off	SUPER★DRAGON	2026.03.04	ポニーキャニオン

アルバム 邦楽			
●プラチナ			
唯一無二	WEST.	2026.03.10	ストームレーベルズ (イータプ・レーベル)
●ゴールド			
TAPESTRY OF SONGS -THE BEST OF ANGELA AKI	アンジェラ・アキ	2014.03.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
GOLDEN HOUR : Part.4	ATEEZ	2026.02.18	KQ ENTERTAINMENT
WISHLIST	NCT WISH	2026.01.14	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ
文藝解体新書	原因は自分にある。	2026.03.11	ユニバーサル ミュージック
Heart Beat	DXTEEN	2026.03.25	ユニバーサル ミュージック
HELP EVER HURT COVER	藤井 風	2021.05.20	ユニバーサル ミュージック
産声	Mr.Children	2026.03.25	トイズファクトリー
Osyan	Lienel	2026.03.18	SDR

アルバム 洋楽			
●●●トリプル・プラチナ			
BTS The 5th Album 'ARIRANG'	BTS	2026.03.21	BIGHIT MUSIC
ビデオ 邦楽			
●ゴールド			
We're timelesz LIVE TOUR 2025-2026 episode1 FAM DOME	timelesz	2026.03.25	Over The Top
souvenir the movie ~MARIYA TAKEUCHI Theater Live~ (Special Edition)	竹内 まりや	2020.11.18	ワーナーミュージック・ジャパン

※日付は発売日

●ダウンロード認定

シングルトラック 邦楽			
●ゴールド			
オドロウゼ!	Snow Man	2026.02.23	MENT RECORDING

※日付は配信開始日

●ストリーミング認定

トラック 邦楽			
●●●トリプル・プラチナ			
WanteD! WanteD!	Mrs. GREEN APPLE	2017.08.29	ユニバーサル ミュージック
●●ダブル・プラチナ			
それを愛と呼ぶなら	Uru	2022.04.24	ソニー・ミュージックレーベルズ
恋	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
瞬き	back number	2020.10.05	ユニバーサル ミュージック
ベルベットの詩	back number	2022.08.26	ユニバーサル ミュージック
●プラチナ			
Turning Up	嵐	2019.11.03	ストームレーベルズ
会いたいわ	iri	2017.11.22	ビクターエンタテインメント
桜	コブクロ	2018.12.05	ワーナーミュージック・ジャパン
ファジーネーブル	Conton Candy	2023.04.26	ソニー・ミュージックレーベルズ
ミュージック	サカナクション	2013.01.23	ビクターエンタテインメント
カリスマックス	Snow Man	2025.08.25	MENT RECORDING
PAIN IS BEAUTY	ちゃんみな	2018.11.03	ワーナーミュージック・ジャパン
unravel	TK from 凛として時雨	2014.07.23	ソニー・ミュージックレーベルズ
チャンカパーナ	NEWS	2024.09.15	ストームレーベルズ (イータプ・レーベル)
日常革命	ねぐせ。	2022.09.14	ソニー・ミュージックレーベルズ
Day N Night (feat. G-k.i.d, guca owl & KEIJU)	BAD HOP	2024.02.09	ワーナーミュージック・ジャパン
ray	BUMP OF CHICKEN	2019.06.28	トイズファクトリー
Let Go	BTS	2018.04.04	ユニバーサル ミュージック
AS IF IT'S YOUR LAST -JP Ver.-	BLACKPINK	2017.08.29	エイベックス・ミュージック・クリエイティブ
もう恋なんてしない	横原 敬之	2012.07.03	ワーナーミュージック・ジャパン
GIFT	Mr.Children	2018.05.10	トイズファクトリー
抱きしめたい	Mr.Children	2018.05.10	トイズファクトリー
SUMMER SONG	YUI	2013.02.27	ソニー・ミュージックレーベルズ
なんでもないや (movie ver.)	RADWIMPS	2020.05.15	ユニバーサル ミュージック

※日付は配信開始日

ストリーミング認定(ストリーミング/カテゴリ:トラック)

認定ランク	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ダイヤモンド	ダブル・ダイヤモンド
基準	1億以上	2億以上	3億以上	5億以上	10億以上

【基準単位】ストリーム数: 数量は、NIQ/GfK Japan (ジーエフケー・インサイト・ジャパン株式会社) の提供データを元に当協会にて累計ストリーム数を算出したもの

集計対象音楽ストリーミングサービス: Amazon Music Prime、Amazon Music Unlimited、Apple Music、auミュージックパス、AWA、KKBOX、LINE MUSIC、Qobuz、Rakuten Music、Spotify、YouTube Music、YouTube Music Premium 次の終了済サービスの再生回数も累積して集計しています。dミュージック月額コース、Google Play Music、HMVmusic powered by KKBOX、RecMusic、TOWER RECORDS MUSIC powered by レコチョク

協会からのお知らせ

日比谷音楽祭2026開催決定

5月30日(土)、5月31日(日)の2日間、東京都千代田区の日比谷公園とその周辺施設において「日比谷音楽祭2026」が開催される。本音楽祭は、『音楽の新しい循環をみんなでつくる、フリーでボーダーレスな音楽祭』をコンセプトに、世代を問わず多くの人々が、ジャンルを超えた様々な音楽を無料で楽しむ事で新たな音楽循環を作る事を目指した音楽祭で、当協会は協賛として参加している。

▶ 日比谷音楽祭2026公式サイト
<https://hibiyamusicfes.jp/2026/>



開催概要

日時：2026年5月30日(土) / 5月31日(日)
会場：日比谷公園 / 東京ミッドタウン日比谷 / 東京国際フォーラム
主催：日比谷音楽祭実行委員会 / 一般社団法人日比谷音楽祭
運営：一般社団法人日本コンサートプロモーターズ協会
実行委員長：亀田誠治(音楽プロデューサー・ベーシスト)

編集後記

今回は特報としてIFPI発行の『Global Music Report 2026』を取り上げ、2025年の世界の音楽産業をご紹介します。本編でも触れているとおり、アナログレコードは19年連続のプラス成長を記録しており、2025年も前年比+13.7%と大きな伸びを示しています。

先日、音楽のパッケージ商品を扱う小売店を訪れた際、外国人旅行者と思われる方がアナログレコードを何枚も積み上げて会計に向かう姿を目にしました。現地調査の機会を得たとばかりにしばらくレジ付近で様子を見てみると、その後も同じようにアナログレコードをまとめ買いする方を何度も見かけました。

『Global Music Report』を通じて世界的なアナログレコード人気を認識していましたが、さまざまな国籍の方が実際に購入されている場面を目にして、改めてその人気ぶりを肌で感じるとともに、ストーリーミングによる音楽聴取が主流となりつつある今だからこそ、パッケージ商品の魅力を再認識する方が増えているのかもしれないと感慨深く思いました。(5)

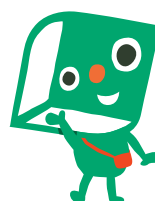
THE RECORD No.763 2026年5・6月合併号

一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 村松 俊亮
編集人 佐藤 朝昭
発行日 2026年5月29日
発行 一般社団法人 日本レコード協会
〒106-0032
東京都港区六本木1-8-7 MFPR六本木麻布台ビル13階
TEL. 03-5575-1301(代) FAX. 03-5575-1313(代)
URL: <https://www.riaj.or.jp/>

編集協力 株式会社金羊社 / 合同会社ヤマモトカウンスル

■当機関誌へのご意見・ご感想がございましたら
当協会公式サイト(URL:<https://www.riaj.or.jp/>)のお問い合わせページよりお寄せください



エルマークキャラクター
エルマーくん